

23.06.2023

Für Umwelt, Klima und Energieeinsparung: REWE hängt den letzten Papier-Prospekt an den Nagel

Ab 1. Juli 2023 verzichtet Deutschlands zweitgrößter Lebensmittelhändler auf gedruckte Wochenangebote.

Autor:in

Bianca Mittrach

Referentin Unternehmenskommunikation



Setzen feierlich ihre Unterschrift auf den letzten REWE Papier-Prospekt: (v.l.) Bayerns Innenminister Joachim Herrmann, Carsten Träger, Umweltpolitischer Sprecher der SPD, Günther Felßner, Bayerischer Bauernpräsident, Frank Lomb, Geschäftsleiter Vertrieb REWE Süd, und REWE-Kaufmann Matthias Zwingel.

REWE setzt als Branchenvorreiter den Fokus auf digitale Angebotskommunikation

Gemeinsam mit Politikern wie Ministerpräsident Markus Söder, Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger oder Innenminister Joachim Herrmann hängten REWE-Kaufleute bei Veranstaltungen in den Märkten den Papier-Prospekt an den Nagel

Mit der Neuausrichtung der Angebotskommunikation spart das Unternehmen allein für das Bundesland Bayern 10.729 Tonnen Papier, 10.288 Tonnen CO₂, 161.671 Tonnen Wasser und 55.849.939 kWh Energie

Was in der kommenden Woche eingekauft wird, entscheidet sich oft schon samstags. Dann, wenn in Deutschland die bunt gedruckten Angebotsblätter mit den Preisschnäppchen in den Briefkästen landen. Das ist seit Jahrzehnten gelebte Tradition in deutschen Haushalten. Kein anderes Werbemedium ist im Einzelhandel so etabliert. Bisher undenkbar, das zu ändern. Als erster großer Lebensmittelhändler in Deutschland macht REWE aus undenkbar umdenkbar: Am 1. Juli 2023 schickt REWE den gedruckten Prospekt zugunsten des Umwelt- und Klimaschutzes in den Ruhestand – und revolutioniert damit die Planung des Wocheneinkaufs für Millionen Menschen in Deutschland.

Mut für Neues: Der Abschied von einer Handelsikone

So ist in den REWE-Märkten ein Stück Handelstradition zu Ende gegangen: Im Beisein von vielen Politikern wie Ministerpräsident Markus Söder, Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger oder Innenminister Joachim Herrmann hängten REWE-Kaufleute bei Veranstaltungen in ihren Märkten den letzten Papier-Prospekt an den Nagel.



Youtube Video Poster

Die Abschaffung des Papier-Prospekts hatte REWE bereits im vergangenen Sommer angekündigt. „Viele finden unsere Entscheidung riskant. Der Papier-Prospekt ist schließlich seit Jahrzehnten das mit Abstand wichtigste Werbemittel der Branche. Bei REWE gehören gedruckte Angebote seit den 30er-Jahren zur Unternehmensgeschichte“, sagt REWE Group Vorstand Peter Maly. „Wir können uns beim Thema Nachhaltigkeit aber nur verbessern, wenn wir umdenken, Altes hinterfragen und Mut beweisen. Mit unserem zukunftsgerichteten Mix aus digitalen Angeboten, TV und Anzeigen erreichen wir unsere Kunden nicht nur zielgenauer, sondern auch nachhaltiger.“ 2016 war REWE der erste deutsche Lebensmittelhändler, der die Plastiktüte – ebenfalls jahrzehntelange Ikone des Einkaufs im

Lebensmittelhandel – zugunsten der Umwelt abschaffe. Der Abschied vom Papier-Prospekt ist jetzt der nächste konsequente Schritt in der Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsstrategie des Händlers – erneut als Branchenvorreiter.

Zielgerichtet und digital: Die Zukunft des Aktionsgeschäfts

Das Ende des Papier-Prospekts bedeutet nicht, dass REWE-Kund:innen in Zukunft auf günstige Angebote verzichten müssen: Wie bisher haben sie jede Woche über 300 attraktive Sonderangebote zur Auswahl. Dabei stellt REWE die Angebotskommunikation zukunftsfähiger und zielgerichteter auf. Kund:innen können sich ab sofort in der REWE-App, auf [rewe.de/angebote](https://www.rewe.de/angebote), im REWE-Newsletter, via WhatsApp oder in klassischen Medien wie Tageszeitungen oder im Radio über die Wochenangebote informieren. „Wir wollen Kund:innen aller Altersklassen auf den Kanälen erreichen, die sie täglich nutzen. Den neuen Medienmix für das Aktionsgeschäft haben wir in städtischen und ländlichen Regionen intensiv und erfolgreich getestet“, erklärt Peter Maly. „Die Kosteneinsparungen durch die Einstellung des gedruckten Prospekts investieren wir sinnvoll – einerseits in offensive Angebotswerbung bei Tageszeitungen, im Radio und im Fernsehen und andererseits in ausgewählte Nachhaltigkeitsprojekte wie beispielsweise den NABU-Klimafonds.“

Immenser Effekt für Klima, Umwelt und Ressourcen

Zuletzt druckte und verteilte REWE jeden Samstag rund 25 Millionen Prospekte – mehr als das Doppelte der Gesamtauflage aller Tageszeitungen in Deutschland. Mit der Neuausrichtung der Angebotskommunikation spart das Unternehmen jährlich mehr als 73.000 Tonnen Papier, 70.000 Tonnen CO₂, 1,1 Millionen Tonnen Wasser und 380 Millionen kWh Energie ein. Die Einsparungen allein für das Bundesland Bayern belaufen sich auf 10.729 Tonnen Papier, 10.288 Tonnen CO₂, 161.671 Tonnen Wasser und 55.849.939 kWh Energie.

An folgenden Beispielen werden die Einsparungen infolge der Umstellung auf die digitale Angebotskommunikation anschaulich:

In Bayern werden jährlich 161.671 Tonnen Wasser eingespart. Damit könnte man den Münchner Olympiasee 1,5-mal füllen.

In Bayern werden jährlich circa 56 Millionen kWh Energie eingespart, das entspricht dem Stromverbrauch der Eishockeyhalle in Freising für 70 Jahre.

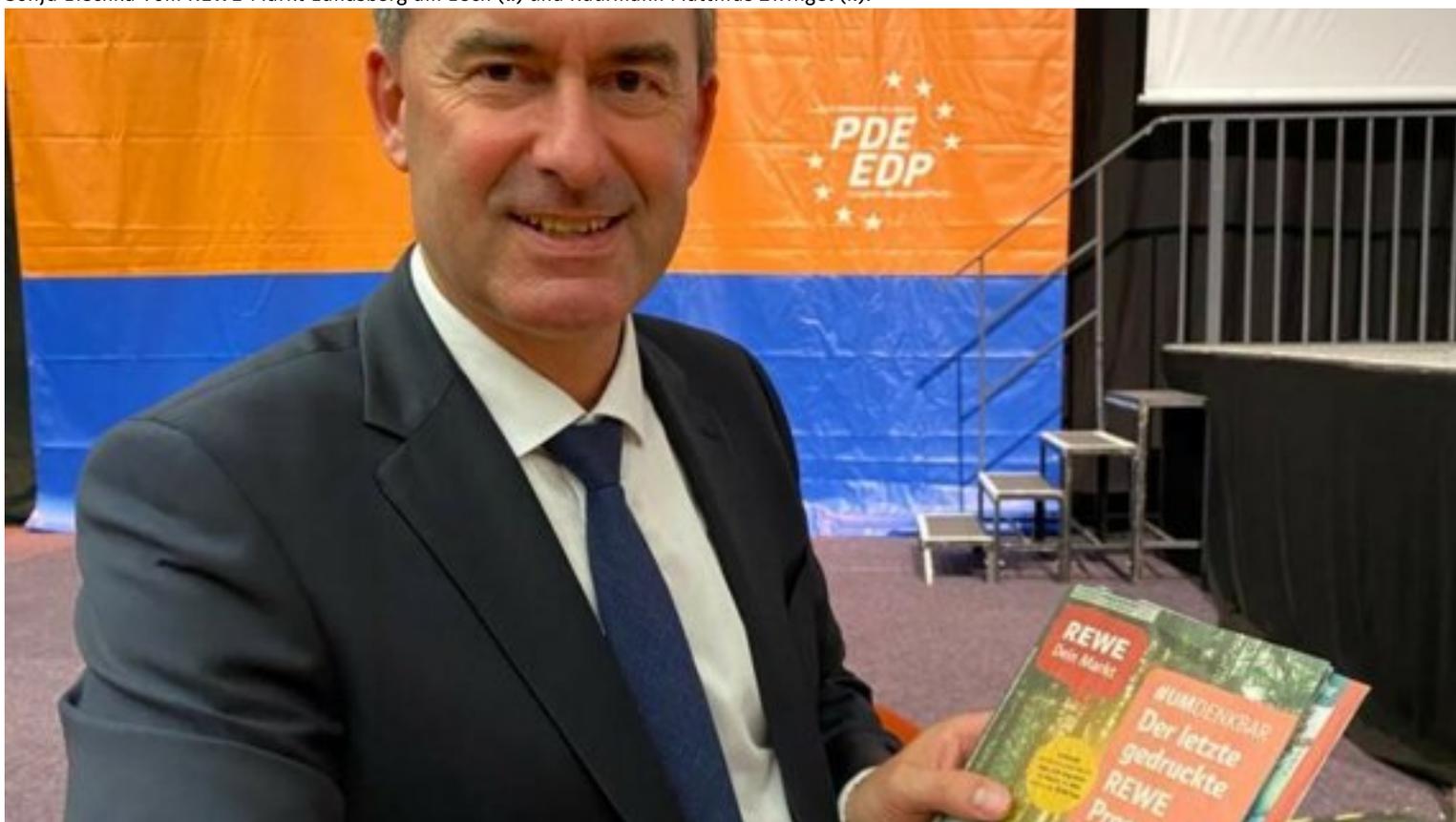
In München werden jährlich 12.447 Tonnen Wasser eingespart, das sind 12 Millionen Maßkrüge voll Wasser.

In München werden jährlich 792 Tonnen CO₂ eingespart. Etwa gleich viel CO₂ würde man ausstoßen, wenn man die Erde circa 99-mal mit dem Auto umrunden würde.





Auch der bayerische Ministerpräsident Markus Söder ließ es sich nicht nehmen, einen der letzten gedruckten Handzettel zu unterschreiben. Hier mit Sonja Lischka vom REWE-Markt Landsberg am Lech (l.) und Kaufmann Matthias Zwingel (r.).



Der bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger unterzeichnete ebenfalls den letzten Papier-Prospekt von REWE.





Staatsministerin Melanie Huml (l.) besuchte gemeinsam mit Tobias Schenk, Amtsleiter Klima- und Umweltamt in Bamberg, REWE-Kauffrau Anne Rudel in ihrem Markt in Bamberg.



Kaufmann Husein Dugonjic (Mitte) nutzte die Preisverleihung zum „Digitalen Champion 2023“ im Bayerischen Wirtschaftsministerium und ließ gemeinsam mit GLK Martin Gruber (r.) Staatssekretär Roland Weigert (l.) auf einem der letzten Papier-Prospekte unterzeichnen.





Ludwig Hartmann, Fraktionsvorsitzender der Grünen in Bayern, unterstützte ebenfalls den mutigen Schritt der REWE. Hier im Bild mit Sonja Lischka vom REWE-Markt in Landsberg am Lech.



REWE-Kaufmann Günter Götzelmann hatte CSU-Bundestagsabgeordnete Anja Weisgerber im Markt Gerolzhofen zu Gast und unterzeichnete gemeinsam mit (l.) Volker Karb (Bürgermeister Schwebheim) und (r.) Thorsten Wozniak, Bürgermeister Gerolzhofen, den letzten Handzettel.



Feierlichkeiten in Weisendorf: (v.l.) Claudia Belzer (SPD-Landtagskandidatin), Carsten Träger (Umweltpolitischer Sprecher der SPD), Günther Felßner (Bayerischer Bauernpräsident), Dr. Ute Salzner (CSU-Bezirksrätin), Joachim Herrmann (Bayrischer Innenminister), REWE-Kaufmann Matthias Zwingel, Dr.

Monika Tremel (Landtagskandidatin der Grünen), Frank Lomb (Geschäftsleiter Vertrieb), Alexander Tritthart (CSU-Landrat), Sandra Winkelspecht (Bürgermeisterin Emskirchen).